

# 旅行マーケットの最新動向

2008年8月27日

財団法人日本交通公社

1. 旅行マーケットの最新動向
2. 消費者アンケートからみる  
国内宿泊旅行マーケット
3. 国内旅行市場の今後の見通し
4. 海外主要国の旅行

# 1. 旅行マーケットの最新動向

1. 旅行マーケットの  
最新動向

2. 消費者アンケートからみる  
国内宿泊旅行マーケット

3. 自分たちの地域のことを  
旅行者データから知るには？

4. 国内旅行市場の  
今後の見通し

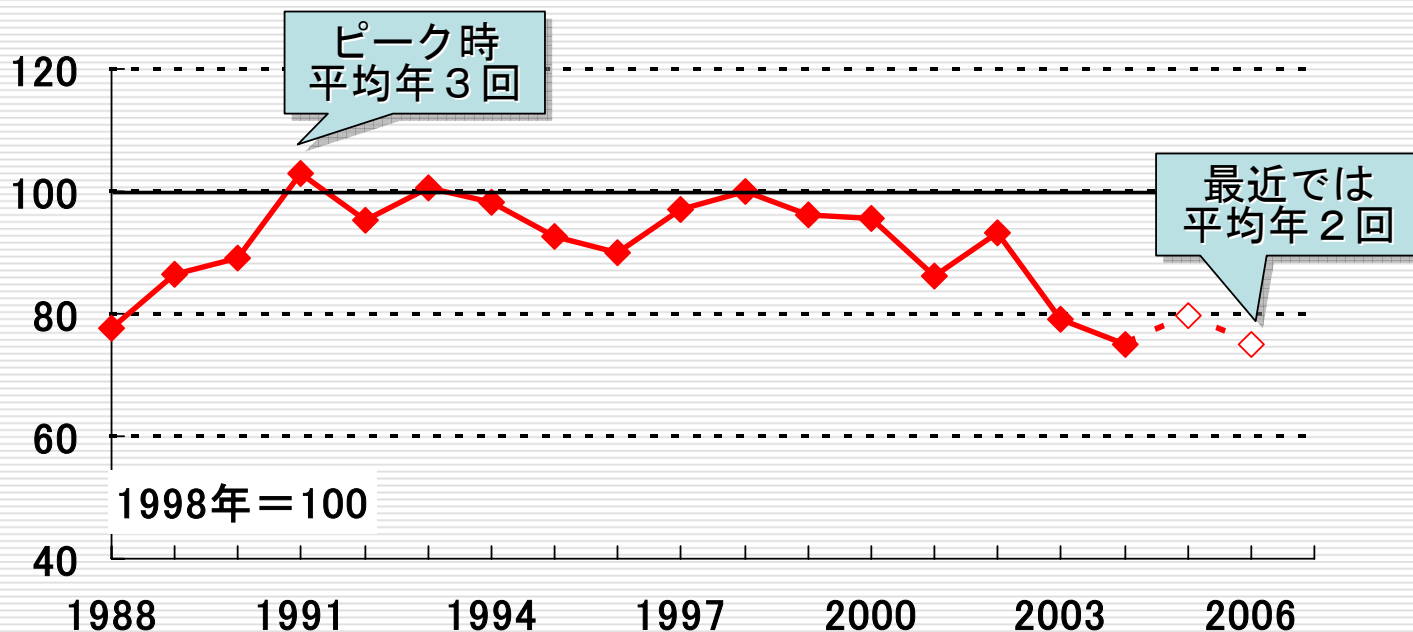
# 旅行マーケットの分類

## 【出発地と到着地により旅行市場を分類】

到着地 出発地	日本	海外
日本	①国内旅行	③日本人海外旅行 (アウトバウンド)
海外	②訪日外国人旅行 (インバウンド)	

# 【国内宿泊旅行】 過去20年間の動向

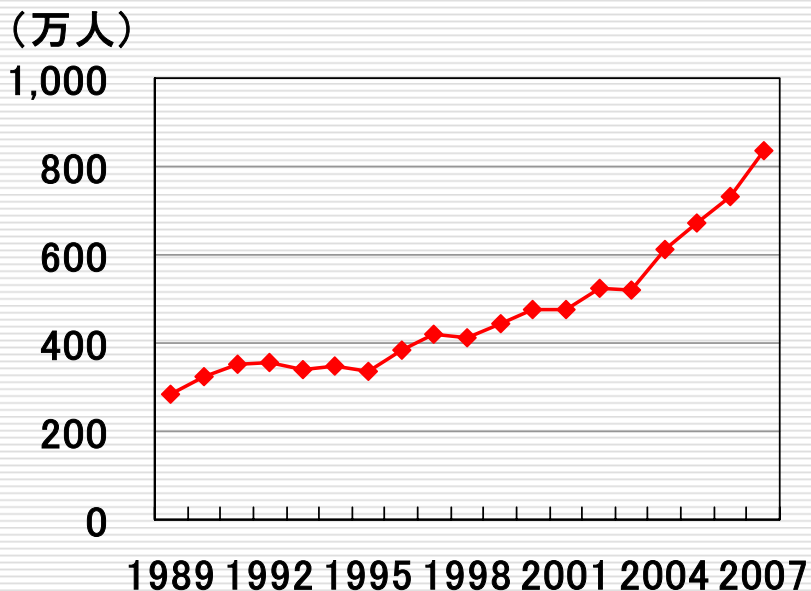
## 【平均旅行回数の推移】 (1998年を100とする指数表記)



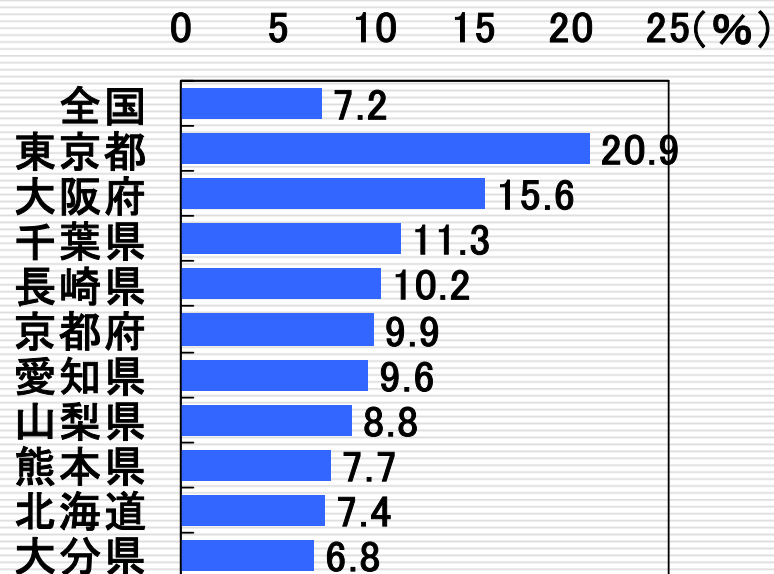
● 1998年以降、市場は伸び悩みをみせている

# 【訪日外国人旅行(インバウンド)】 過去20年間の動向

## 【訪日外国人旅行者数の推移】



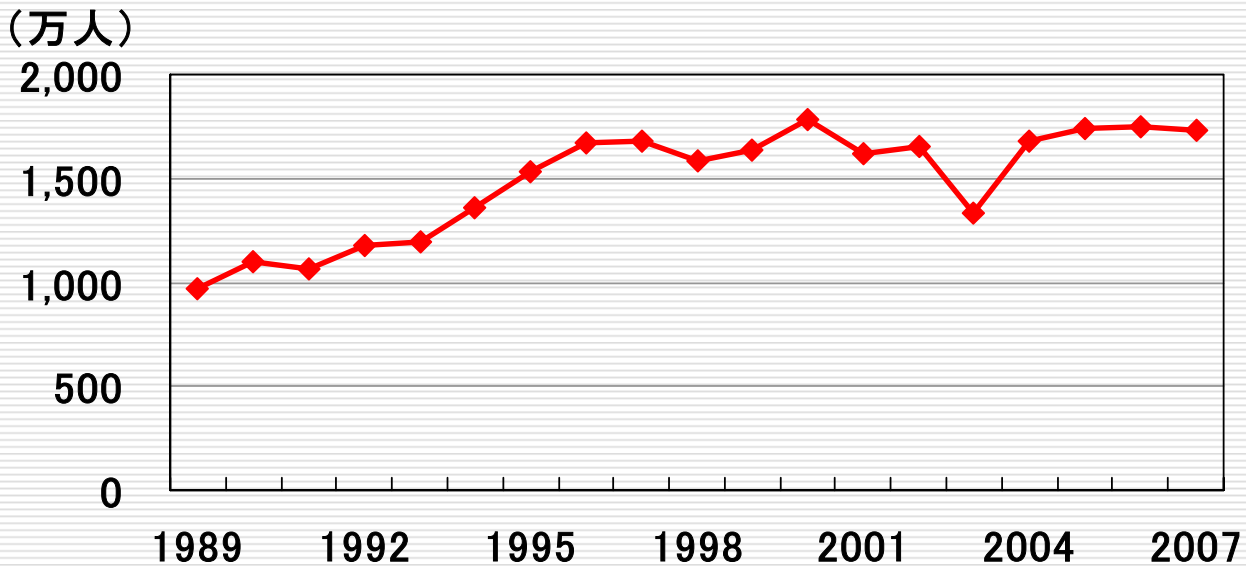
## 【延べ宿泊数に占める外国人比率】 上位10都道府県(2007年)



- 日本を訪れる外国人旅行者数は2003年以降急増
- 延べ宿泊数に占める外国人比率は全国で7%、東京では2割

# 【日本人の海外旅行】 過去20年間の動向

## 【日本人海外旅行者数の推移】



- 1980年代後半から急増した海外旅行
- 90年代後半から横ばい傾向

# 旅行マーケットの分類と動向

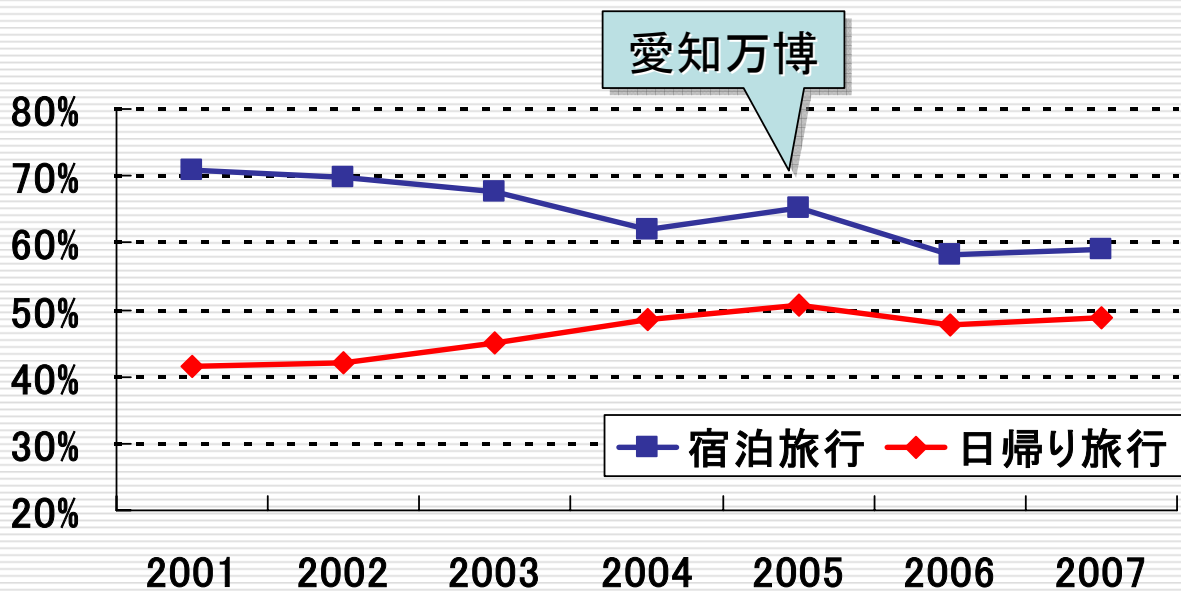
## 【出発地と到着地により旅行市場を分類】

到着地 出発地	日本	海外
日本	国内旅行 →98年以降伸び悩み	日本人海外旅行 →90年代後半 以降横ばい
海外	訪日外国人旅行 →2003年以降急増	



# 【国内旅行（観光レクリエーション目的のみ）】

## 【過去1年間の旅行実施率】（観光レクリエーション目的のみ）

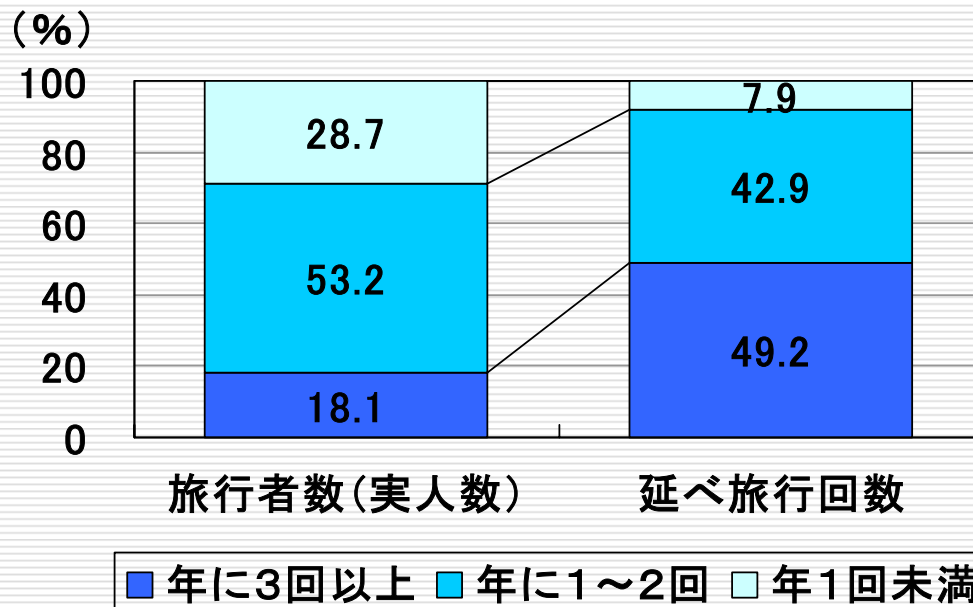


- 宿泊旅行の実施率は減少傾向
- 日帰り旅行は増加傾向

※調査サンプルの性質上、実態よりも旅行参加率の数字が高めにれています。

# 【国内宿泊旅行(観光レクリエーション目的のみ)】

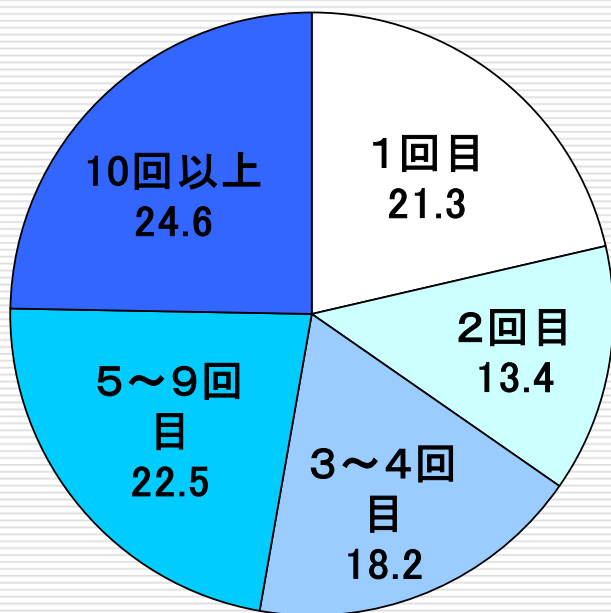
## 【旅行頻度別にみる旅行者数(実人数)と延べ旅行回数】 (観光レクリエーション目的の宿泊旅行のみ)



- 「年に3回以上」旅行する人が延べ旅行回数の半数を占める

# 【国内宿泊旅行(観光レクリエーション目的のみ)】

## 【Q.その旅行先を訪れたのは何回目か】



- 全体の1/4が同じ旅行先を10回以上訪れている
- 約半数が5回以上訪問

(集計単位:人回)

# 1. 旅行マーケットの動向(長期的なトレンド)

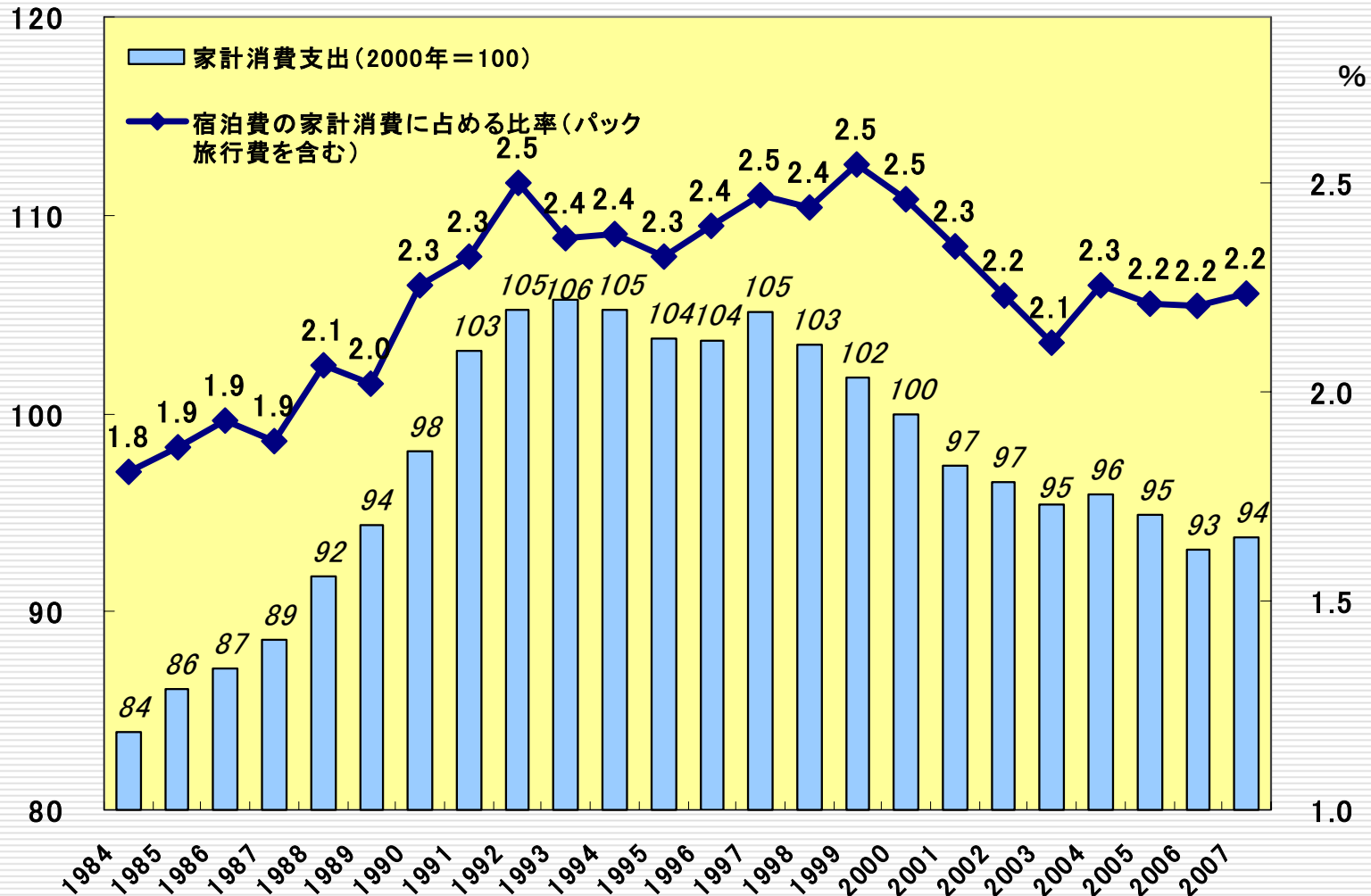
- 1991年までは増加傾向 (1971年1.24回→2001年1.62回)
- 宿泊日数の減少傾向 (5日以上の旅行、1971年13%→2001年3.5%)
- 団体旅行の減少傾向 (1971年33%→2001年9%)
- 周遊型の旅行から様々な旅行へ (1971年75%→2001年28%)
- 家族旅行の増加 (1971年30%→2001年56%)
- 安近短傾向

# 1. 旅行マーケットの最新動向

- 国内旅行市場は伸び悩みを見せており、今後も旅行者数の大幅な伸びは期待しにくい
- 宿泊旅行から日帰り旅行へのシフト
- 行く人は行く、行かない人は行かないという二極化、旅行経験の高い層が増加する『市場の成熟化』が進行
- リピーターが増加
- 旅行目的が多様化

# 1. 旅行マーケットの最新動向

## 【家計消費と宿泊費の関係】



資料:「家計調査年報」(総務省)  
(農林漁家世帯除く二人以上世帯。但し05年以降のシェア計算は農林漁家を含む系列による)

## 2. 消費者アンケートからみる 国内宿泊旅行マーケット

1. 旅行マーケットの  
最新動向

2. 消費者アンケートからみる  
国内宿泊旅行マーケット

3. 自分たちの地域のことを  
旅行者データから知るには？

4. 国内旅行市場の  
今後の見通し

## 旅行者動向調査

- 対象 : 全国18歳以上の個人
- 時期 : 毎年10月
- 方法 : 調査票の郵送による配布・回収
- 配布サンプル数 : 4,000人
- 有効サンプル数 : 2,000人前後 (55%)
- 質問 : 過去1年間に実施した旅行内容  
今後行ってみたい旅行 など
  
- 観光レクリエーション目的の  
国内宿泊旅行について分析

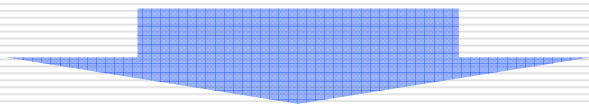
## 『旅行者動向』



毎年7月末に発行



- ◆ 一般的なマーケティングでは...  
個人の属性や「ライフステージ」で  
マーケットを区分  
(性別、年齢、家族構成など)
- ◆ しかし、旅行の場合には  
「同行者」に左右されることが多い  
⇒ 本人の属性だけでは分析できない



旅行者動向調査では  
「同行者」と「ライフステージ」で  
旅行者を区分して分析

# 旅行内容は同行者によって大きく変わる

## 【既婚男性（子供はいない）】

	友人旅行	夫婦旅行
出発日	①土日祝 (44%) ②平日 (34%)	①平日 (39%) ②土日祝 (35%)
同行者数	①6人以上 (56%) ②4人 (14%)	①2人 (100%)
旅行タイプ	①スポーツ (33%) ②わいわい過ごす (15%)	①周遊観光 (25%) ②温泉 (20%)
旅行費用 (1人1回あたり)	①1万円～2万円未満 (44%)	①3万円～4万円未満 (21%)

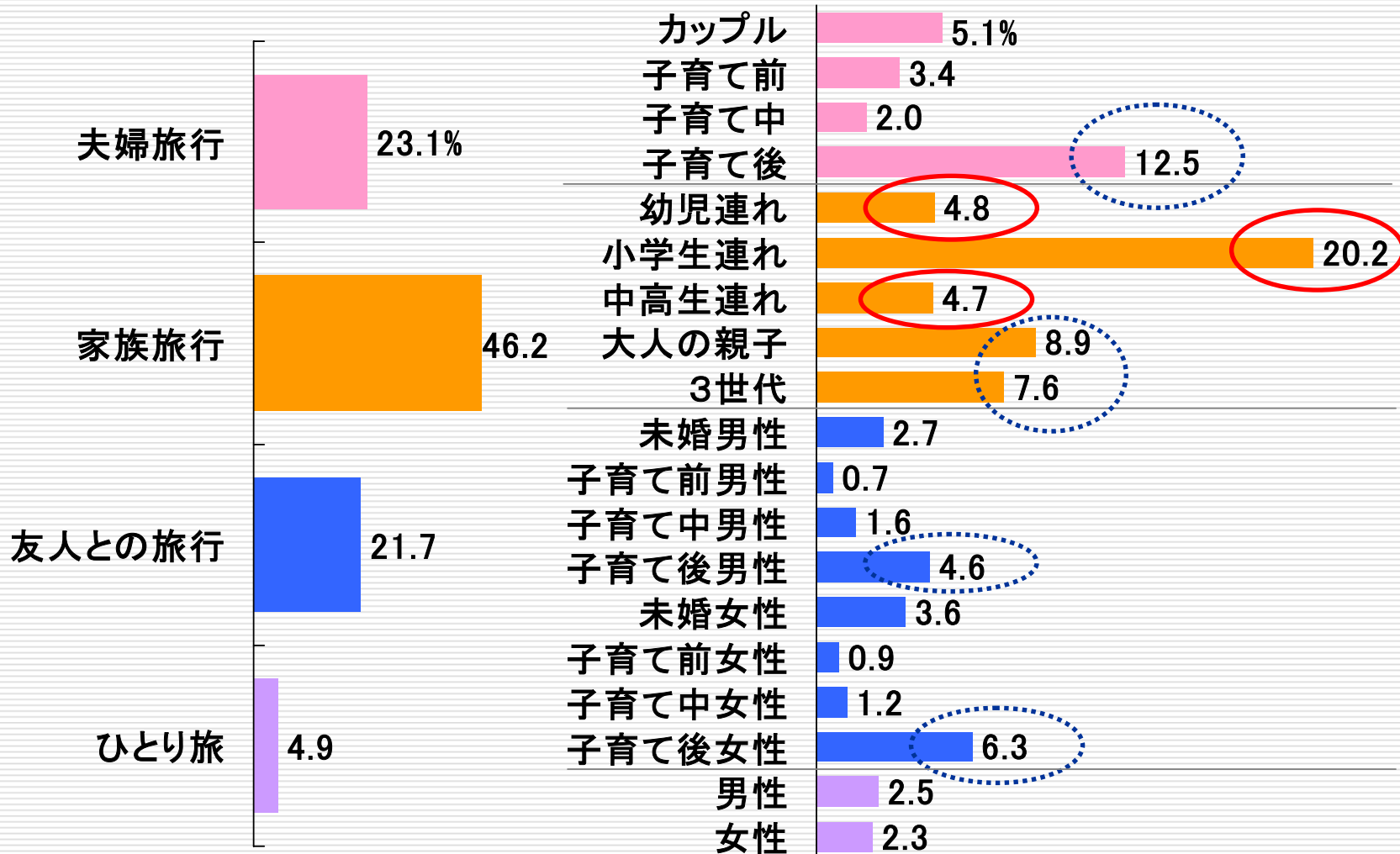
# ライフステージが変わると旅行内容も変わる

## 【子供がいる夫婦】

	子育て中	子育て後
出発日	①夏休み（34%） ②土日祝（33%）	①平日（49%） ②土日祝（33%）
ツアー利用有無	利用せず（86%） フリープラン （12%）	利用せず（72%） 団体パッケージ （17%）
宿泊数	①1泊（59%） 平均：1.7泊	①1泊（55%） 平均：1.8泊
平均旅行費用	35,000円/人回	52,000円/人回

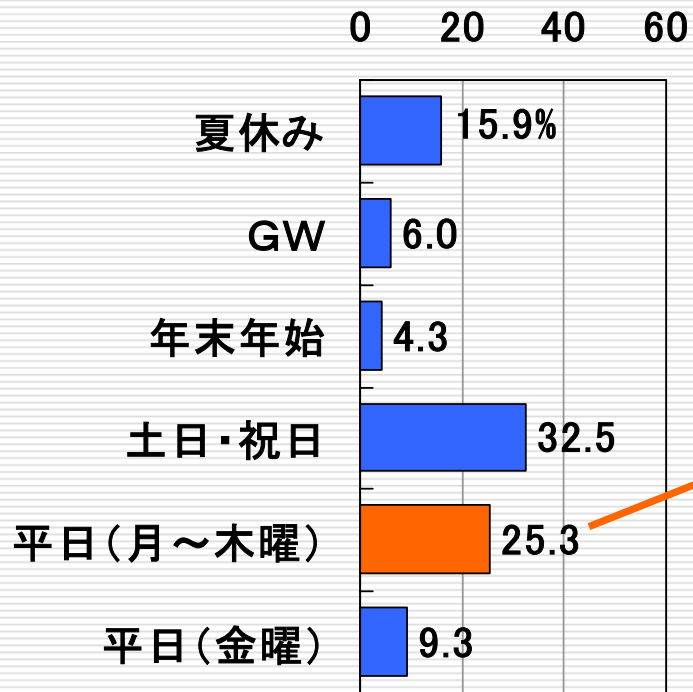
# データからみる国内宿泊旅行最新動向

## 【旅行の同行者】

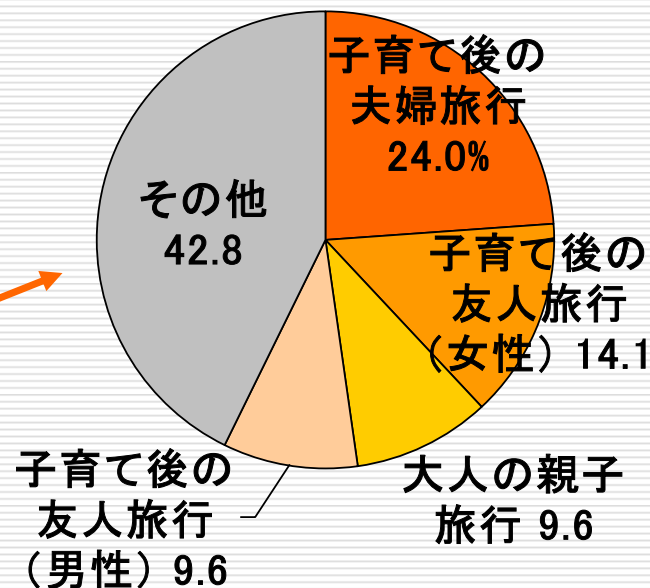


# データからみる国内宿泊旅行最新動向

## 【出発日】

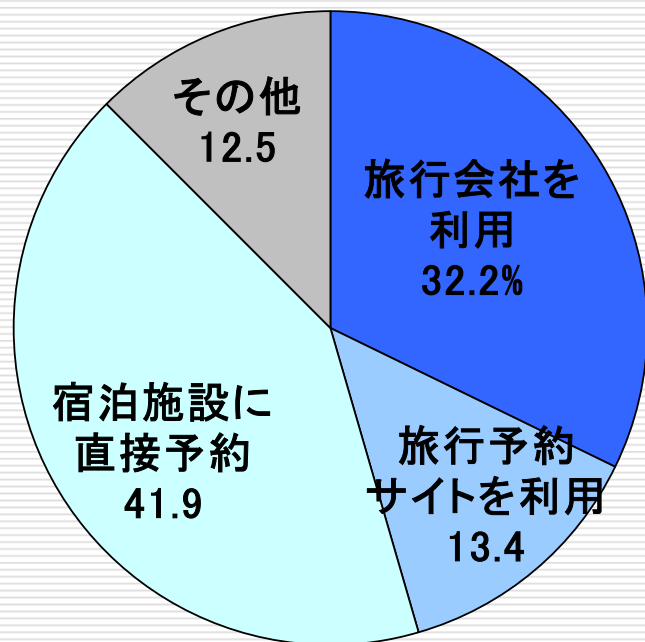


## 【平日(月~木曜)の同行者シェア】



- 「土日・祝日」、「平日」がそれぞれ **3** 割
- 「平日(月~木)」の **6** 割が子育てを終えた層の旅行

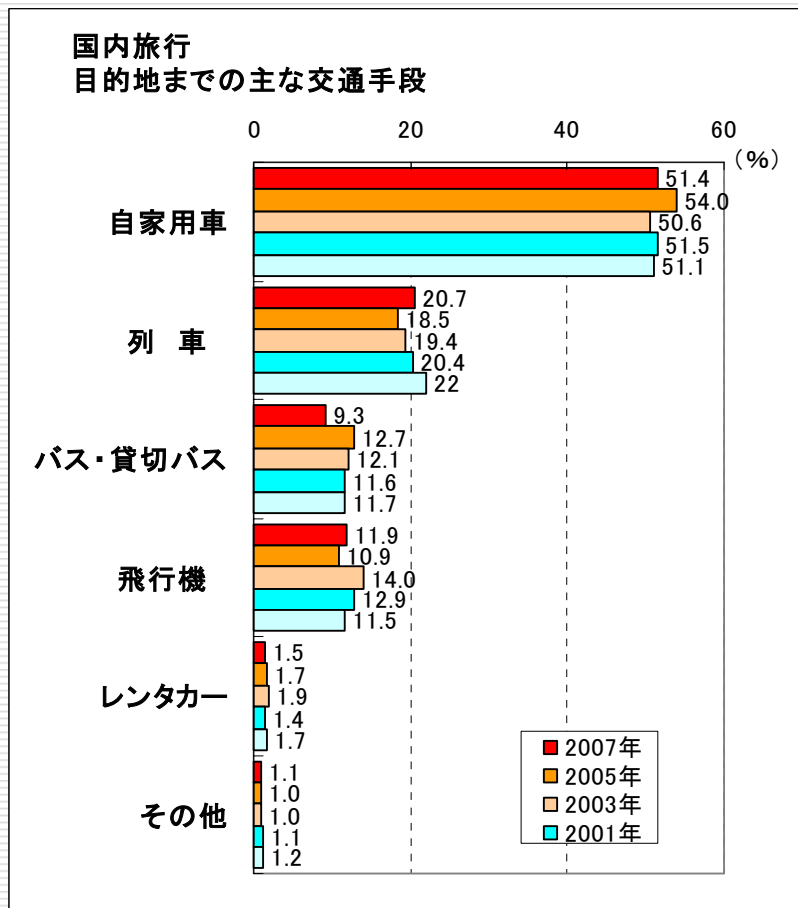
## 【旅行の申込み方法】



- 「旅行会社」利用は **3** 割
- 「宿泊施設に直接予約」が **4** 割  
(電話 : ネット = 4 : 1)

# データからみる国内宿泊旅行最新動向

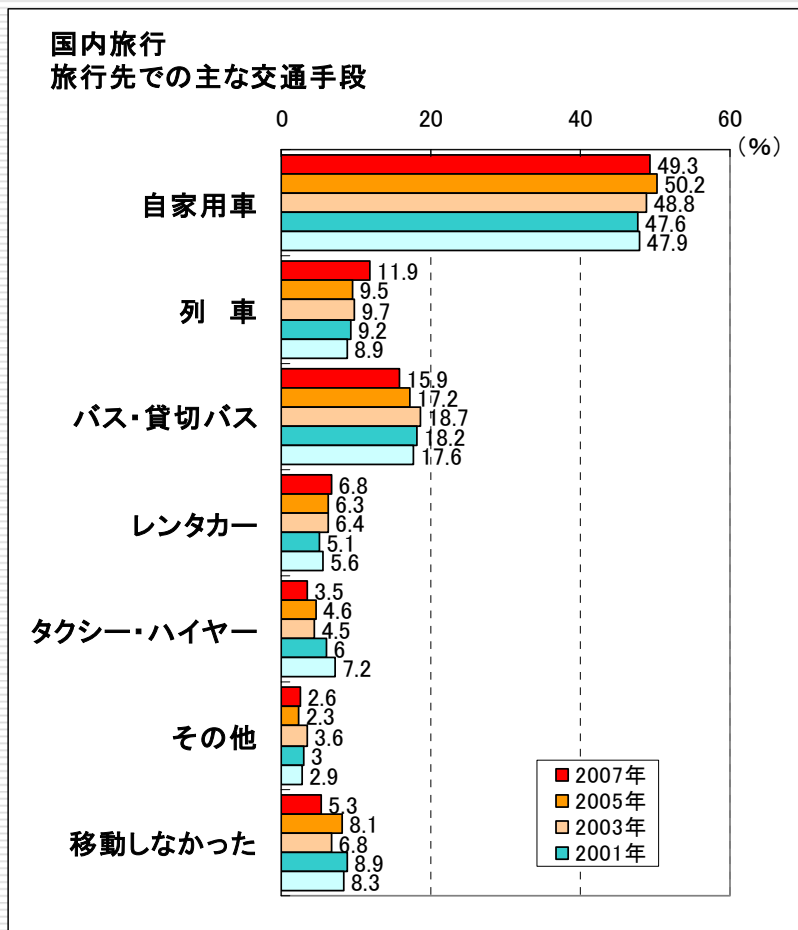
## 【目的地までの交通手段】



- 「自家用車」が最も多く  
全体の5割を占める
- ここ数年大きな変化なし
- 「自家用車」利用者の  
平均旅行費用が増加  
→ガソリン価格高騰の影響か

# データからみる国内宿泊旅行最新動向

## 【旅行先での交通手段】



- 「自家用車」が最も多く  
全体の5割を占める
- レンタカーの増加傾向
- タクシー・ハイヤーの減少  
傾向



## ◆国内宿泊旅行(観光レク目的のみ)

- 【同行者人数】 最も多いのは「2人旅」で 4割
- 【宿泊施設】 ホテルが4割、年代問わず増加傾向
- 【宿泊数】 「1泊2日」6割、平均泊数1.6泊
- 【旅行費用】 最多価格帯2万円台、平均4万円
- 【宿泊予約】 ツアー利用率は2割

### 3. 国内旅行市場の 今後の見通し

1. 旅行マーケットの  
最新動向

2. 消費者アンケートからみる  
国内宿泊旅行マーケット

3. 自分たちの地域のことを  
旅行者データから知るには？

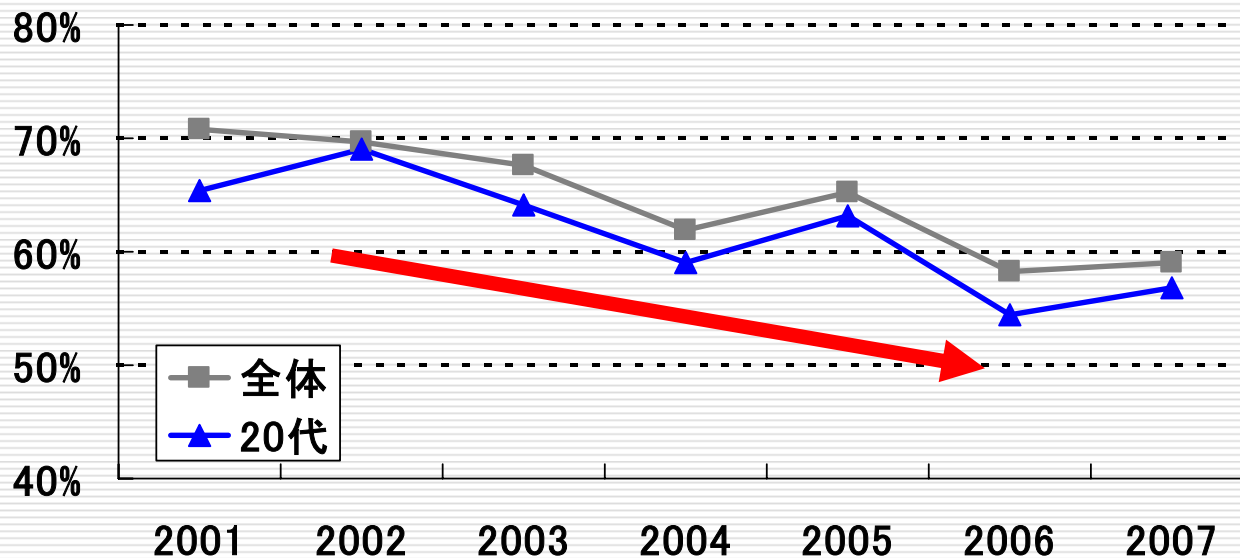
4. 国内旅行市場の  
今後の見通し

- 旅行者数の大幅な増加は期待しにくい
- 旅行経験の高い年配層のシェアが増加
- 市場はますます成熟化、高齢化が進む

⇒では若い人は？

# 20代の国内旅行は年々減少？

## 【過去1年間の国内宿泊旅行実施率】 (観光レクリエーション目的のみ)



● 20代の旅行は年々減少傾向

※調査サンプルの性質上、実態よりも旅行参加率の数字が高めにれています。

# 夏の音楽イベントは旅行？

## 【夏の野外音楽コンサート】

若年層向けのロックイベント ⇒ 『夏フェス』

フジロックフェスティバル(新潟県苗場)

- 4日間の開催で12万7千人来場、  
うちキャンプサイト利用者1万4千人(07年)



ライブを観る合間に  
バーベキューをしたり  
テントで眠る

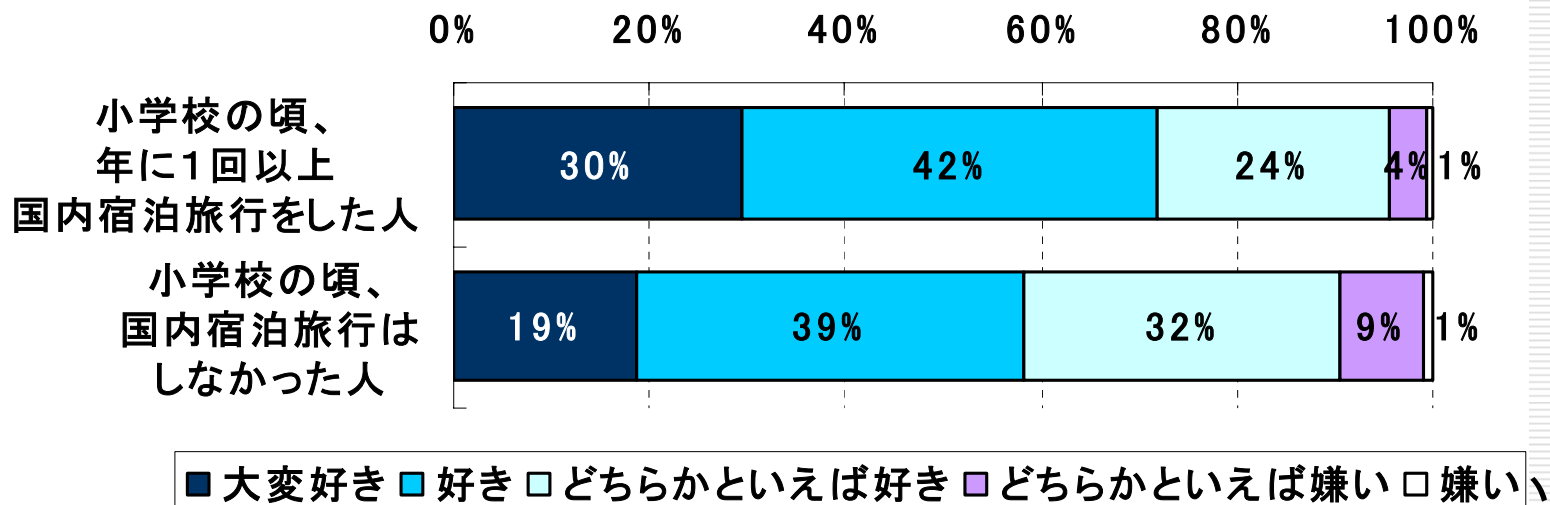
⇒これってキャンプ、  
旅行では？

## 旅行に行くのではなく、日常の関心で動く

- 旅行に行くというよりも、日常の関心で動くように変化
- 20代はそれを旅行だと意識していない場合も  
→日常と非日常の境目がますますあいまいに
- 旅行者の日常への関心が  
どういうところにあるのかを把握することが必要
- 自分の地域にある観光資源が  
旅行者の日常とどう結びつくのかという見方が重要に

# データからみる国内宿泊旅行最新動向

## 【旅行好きは子供の頃の旅行経験にもよる】



- 旅行者数の大幅な増加は期待しにくい
- 旅行経験の高い年配層のシェアが増加
- 市場はますます成熟化、高齢化が進む

⇒では団塊の世代は？



## ①60代を迎える団塊世代

- ◆5年後60代前半の人口は今の **1.1～1.2**倍
- ◆団塊世代対象にリタイア後の生活の「希望」を尋ねる調査が目白押し...
- ◆しかし「旅行」の場合には、「希望」していても「実施」に移すとは限らない

<「希望」と「実態」の差:具体例>

1999年海外旅行の希望率は42%(内閣府世論調査)だが、最近5年間の海外旅行実施率は28%

【過去の旅行の「実態」から情報を引き出す】

◆60代の旅行特性 【加齢の影響】

◆団塊世代の旅行特性 【世代の違い】

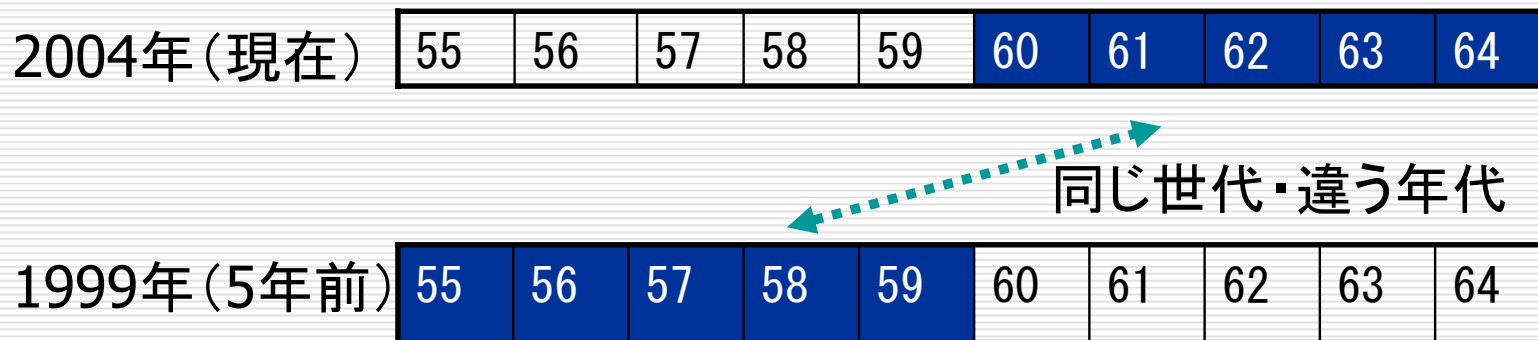


60代を迎えた後の団塊世代の旅行マーケットを予測

## ◆ 60代の旅行特性 【加齢の影響】

団塊世代よりも5年上の世代を参考に、  
60代の旅行特性(加齢の影響)を導出

2004年の60代前半 と 1999年の50代後半 を比較



## ◆ 団塊世代の旅行特性 【世代の特徴】

今50代後半である団塊世代と、  
その5年上の世代が50代後半だった頃の旅行実態を  
比較することによって、団塊世代の旅行特性を導出

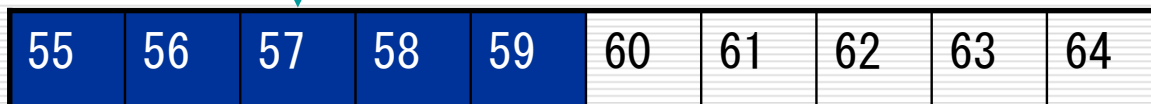
2004年の50代後半 と 1999年の50代後半 を比較

2004年(現在)



同じ年代・違う世代

1999年(5年前)



【予測】団塊世代が60代になったらこんな旅行をする！

- ◆現60代前半に比べ旅行量は 1割程度の増加見込
- ◆夫婦旅行が増える ～シェア 4割見込(現60代 3割)
- ◆1泊2日の短期旅行が増える ～シェア 7割見込 (6割)
- ◆温泉旅行が増える ～シェア 4割見込 (2. 5割)
- ◆自家用車利用の旅行が増える ～シェア 5.5割見込  
(4. 7割)
- ◆2～4万円の間価格帯が増える ～シェア 5割見込  
(4割)

## 4. 海外主要国の旅行

1. 旅行マーケットの  
最新動向

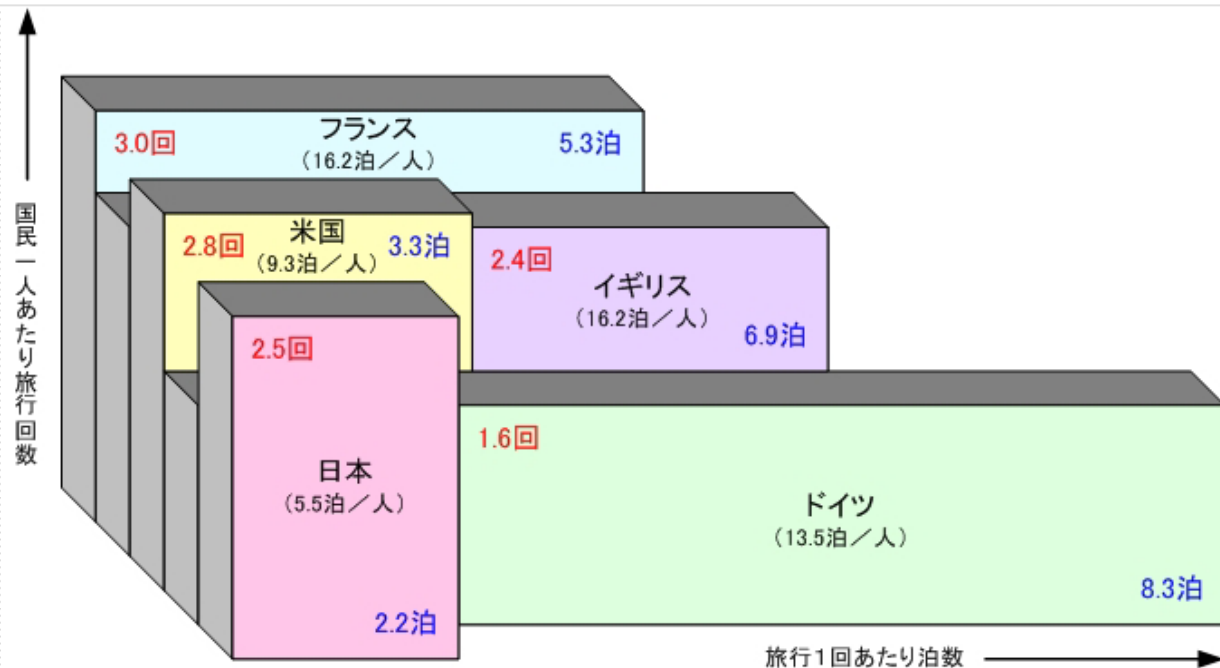
2. 消費者アンケートからみる  
国内宿泊旅行マーケット

3. 自分たちの地域のことを  
旅行者データから知るには？

4. 国内旅行市場の  
今後の見通し

# 海外主要国の旅行量比較

## 【観光旅行回数と泊数】



- 旅行回数は大差なし
- 1回当たりの泊数が短い

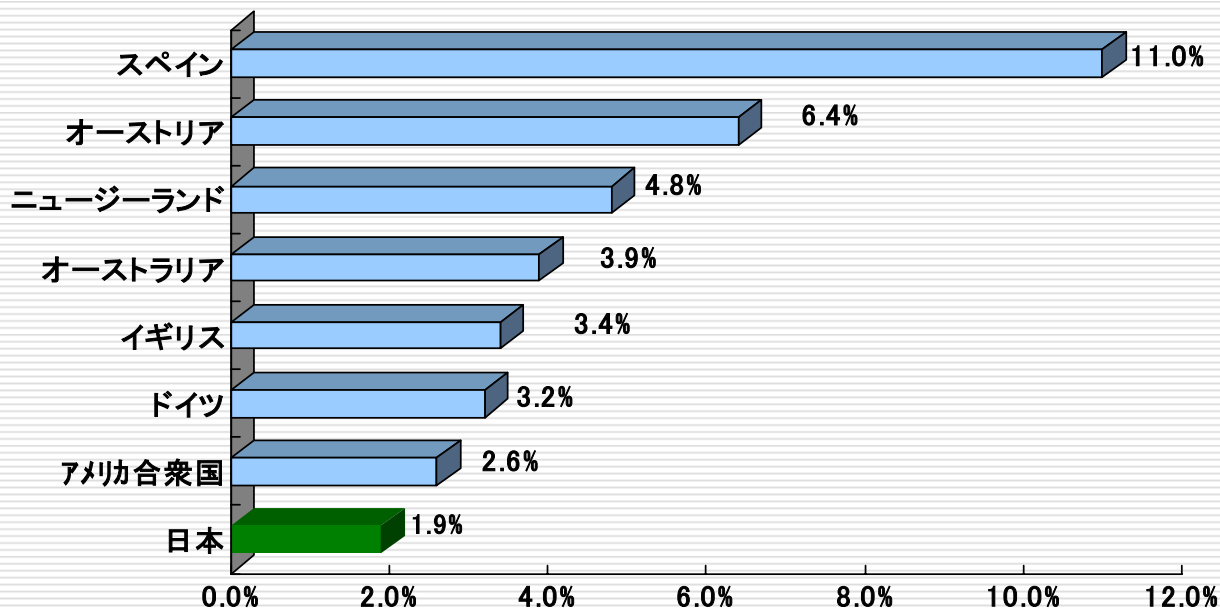
### 【旅行形態の相違】

- 「自家用車」利用が少ない（日本5割、米国9割、英6-8割）
- 宿泊はホテル旅館中心（日本8-9割、欧米3-5割）
- 日本はまだまだ周遊観光中心、欧米はリゾート型・近郊レクリエーション型



# 海外主要国との旅行の比較（経済効果）

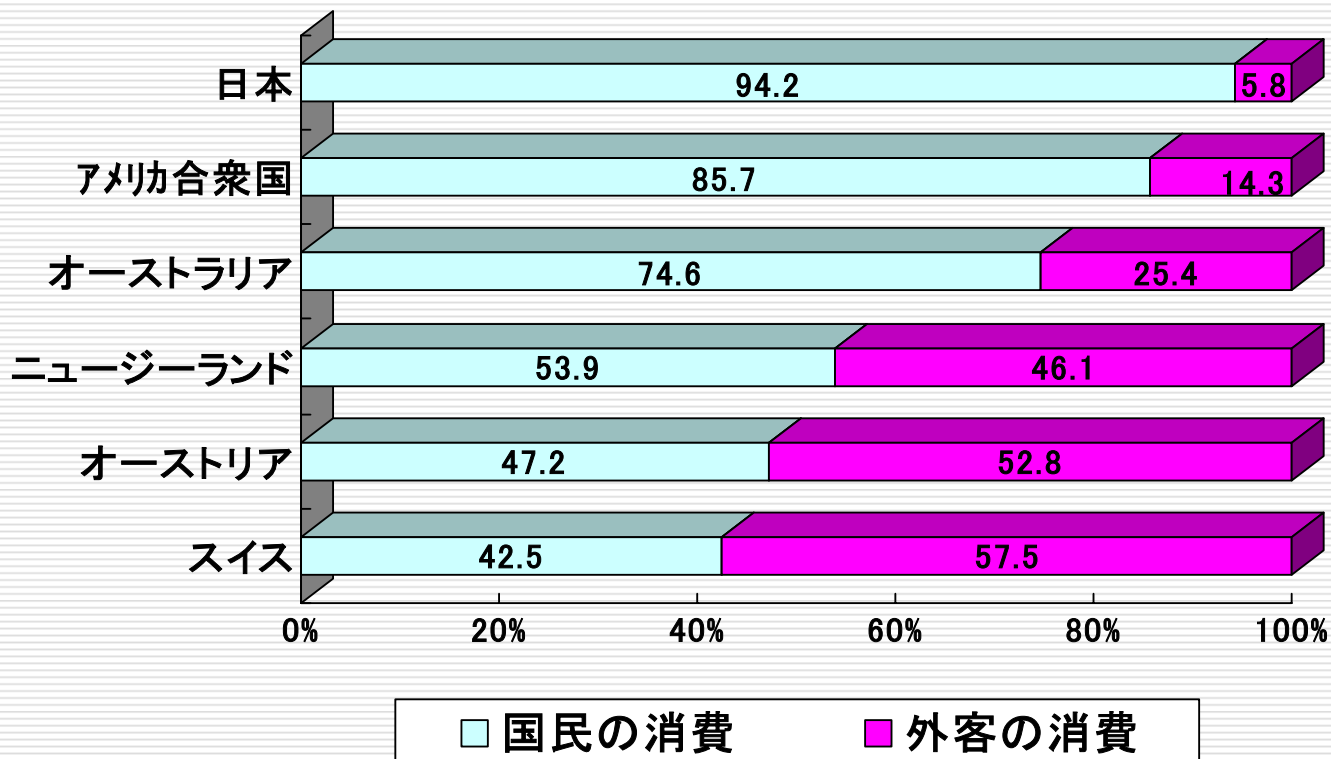
## 【ツーリズム産業の経済規模（GDPの旅行産業シェア）】



● 先進国の中でもかなり低いレベル

# 海外主要国との旅行の比較（経済効果）

## 【国民の国内消費・外客消費の比率】



● 外訪日客の少ないこともGDPシェアの低い一因